

REGIONAL- ÖKONOMISCHE EFFEKTE

ELF-Finale 2023



SLC Management GmbH // Research & Consulting Services



Vorwort Stadt Duisburg



„Zu den Stärken Duisburgs zählt zweifellos die kraftvolle Wirtschaft, als Stahlstandort Nummer Eins in Europa, internationales Logistikzentrum mit dem größten Binnenhafen der Welt sowie Heimat zahlreicher Technologie- und Dienstleistungsunternehmen und starker Bildungs- und Forschungseinrichtungen ist Duisburg ein agiler und innovativer Standort. Guter, bezahlbarer Wohnraum in bestehenden und neu entstehenden Quartieren, großzügige Grünflächen und idyllische Seelandschaften sind hier ebenso zu finden wie attraktive Kultur- und Freizeitangebote. Gerade beim Sport punktet Duisburg mit fast 400 Sportvereinen und zahlreichen Spitzensportveranstaltungen überzeugend.

So war es auch am 24. September 2023, als über 30.000 Zuschauerinnen und Zuschauer in der Duisburger Schauinsland-Reisen-Arena beim Finale der European League of Football (ELF) American Football auf höchstem Niveau erleben durften. Schon während der regulären Saison, in der das Team Rhein Fire seine Heimspiele in diesem Stadion ausgetragen hat, hatten sich regelmäßig mehrere tausend Football-Fans auf den Weg nach Duisburg und in die Arena gemacht, um die Begeisterungsfähigkeit des Duisburger Publikums unter Beweis zu stellen.

Solch herausragende Sportveranstaltungen begründen den guten Ruf der Sportstadt Duisburg und erzielen positive Wirkungen in mehrfacher Hinsicht. Neben den aus emotionaler Kraft des Sports erwachsenden sozialgesellschaftlichen Funktionen sind es auch die wirtschaftlichen Effekte, von denen Duisburg als Austragungsort profitieren darf. Die monetäre Wirkung, die das ELF-Finale für die Stadt Duisburg und die Region entfaltet hat, ist beeindruckend und wird in diesem Gutachten ausführlich dargestellt.

Ich freue mich sehr, dass wir in Duisburg mit Prof. Dr. Alfons Madeja und seinem Team von der SLC Management GmbH renommierte Expertinnen und Experten gewinnen konnten, um die regionalökonomischen Effekte, die von diesem Event auf die Stadt wirken, zu ermitteln und zu quantifizieren. Die auf Grundlage umfangreicher eventspezifischer Marktforschung, Recherche und Datenanalyse fundiert durchgeführten Analysen und deren Ergebnisse zeigen, dass das ELF-Finale 2023 regionalökonomische Effekte in Höhe von 14 Millionen Euro für die Stadt Duisburg generiert hat.

Dieses Ergebnis unterstreicht, dass die sportliche Infrastruktur unserer Stadt nicht allein für Sportlerinnen, Sportler und ein sportaffines Publikum, sondern für alle Duisburgerinnen und Duisburger gewinnbringende Bedeutung hat. Moderne und attraktive Sportanlagen in Duisburg sind ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, die Übernahme der Schauinsland-Reisen-Arena und des Stadionbetriebs durch die Stadt Duisburg trägt beispielhaft dazu bei, diesen Wert und Nutzen zu erhalten und auszubauen.



Sören Link

Oberbürgermeister der Stadt Duisburg

Vorwort der Projektleitung

„Die Ermittlung der regionalökonomischen Effekte, die das ELF-Finale 2023 für die Stadt Duisburg erbracht hat, erfolgte auf Basis der beiden Finaltage der European League of Football, die im September 2023 in Duisburg stattfanden.

Die ermittelten ökonomischen Daten zeigen sehr deutlich, welche wirtschaftliche und damit gesellschaftliche Bedeutung ein solches Event für die Stadt Duisburg und für die Menschen in und um Duisburg besitzt. Es zeigt aber zusätzlich, dass das Stadion in Duisburg ein Wirtschaftsfaktor ist, von dem die Stadt und das nähere Umfeld in vielerlei Dimension profitieren.

Durch Veranstaltungen wie das ELF-Finale 2023, die viele Menschen nach Duisburg bringen und der Stadt damit auch eine Plattform bieten, unterstreicht das Stadion allerdings nicht nur seine wirtschaftliche Bedeutung, sondern auch die gesellschaftliche Funktion, die es erfüllt.“



Prof. Dr. Alfons Madeja

Professor für Betriebswirtschaft und Sportmanagement

Geschäftsführer SLC Management



Die vorliegende Untersuchung dient der Feststellung der regionalökonomischen Effekte die durch die Ausrichtung des ELF Finals 2023 für die Stadt Duisburg und die Region entstehen. Dies vor dem Hintergrund, dass große Sportveranstaltungen weitreichende Wirkungen für die Region und den Standort haben und eine einzigartige Plattform zur Erreichung wirtschaftlicher, gesellschaftlicher, touristischer oder auch kultureller Ziele bieten.

Insgesamt generierte das ELF Championship Game 2023 regionalökonomische Effekte für die Stadt Duisburg in Höhe von rund 14 Millionen Euro. Dieser Wert resultiert jedoch lediglich aus den Effekten, die erfasst und belegt werden konnten. Die dargestellten Effekte sind unstrittig, die Genauigkeit der Berechnungen nach vorliegenden Fakten und nach bestem Wissen ermittelt. Dies bedeutet jedoch im Umkehrschluss, dass überall dort, wo keine klar messbaren Tatbestände gegeben waren, keine Werte angesetzt wurden, obwohl dort teilweise nicht unerhebliche Effekte bestehen. Daraus resultierend wurden Effekte in Höhe von mehreren Millionen Euro nicht erfasst. Hier denken wir vor allem an die Bekanntheits-, Werbe- und Image-Effekte sowie sozioökonomische Effekte, die vom ELF-Finale 2023 ausgehen und nicht vollständig quantifizierbar sind.

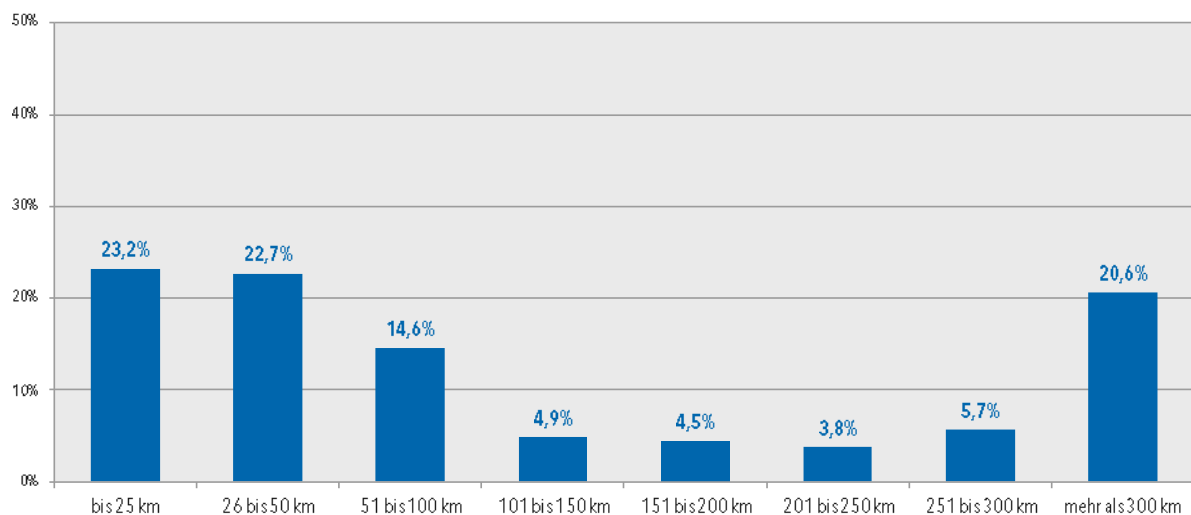
Zusammensetzung regionalökonomischer Effekte ELF-Finale 2023

Regionalökonomische Effekte	Werte	Anteil
Gastronomie-Effekt	5.747 T€	41,2%
Hotellerie-Effekt	4.310 T€	30,9%
Umsatz-Effekt	2.833 T€	20,3%
Bekanntheits- und Image-Effekt	1.040 T€	7,4%
Steuer-Effekt	24 T€	0,2%
Summe Effekte	13.954 T€	

Herkunft des Publikums

Jede Sportgroßveranstaltung unterscheidet sich von anderen zum einen durch die Sportart und die Größe, zum anderen aber auch nicht unerheblich durch die Menschen, die diese besuchen. So besuchen beispielsweise andere Menschen Fußballspiele als Eishockeyspiele und wieder andere besuchen American Football Spiele. Sie unterscheiden sich zum Beispiel darin, wie sie angereist sind und von welcher Entfernung, in ihrem Ausgabeverhalten vor Ort oder in der Wahl ihrer Übernachtungsmöglichkeit.

Von besonderem Interesse ist hierbei die Herkunft der Menschen, die die Stadt im Zuge des Events besuchen. Aus den Daten zeigt sich, dass der Großteil der Besucher aus der näheren Umgebung von Duisburg kam. Da eines der beiden Teams im Finale auch seine Heimspiele im Duisburger Stadion austrägt, ist das allerdings auch keine Überraschung. Jedoch kam auch über ein Fünftel der Besucher von weiter weg und hatte eine Anreise, die länger als 300 km war.



Beschäftigungs-Effekt

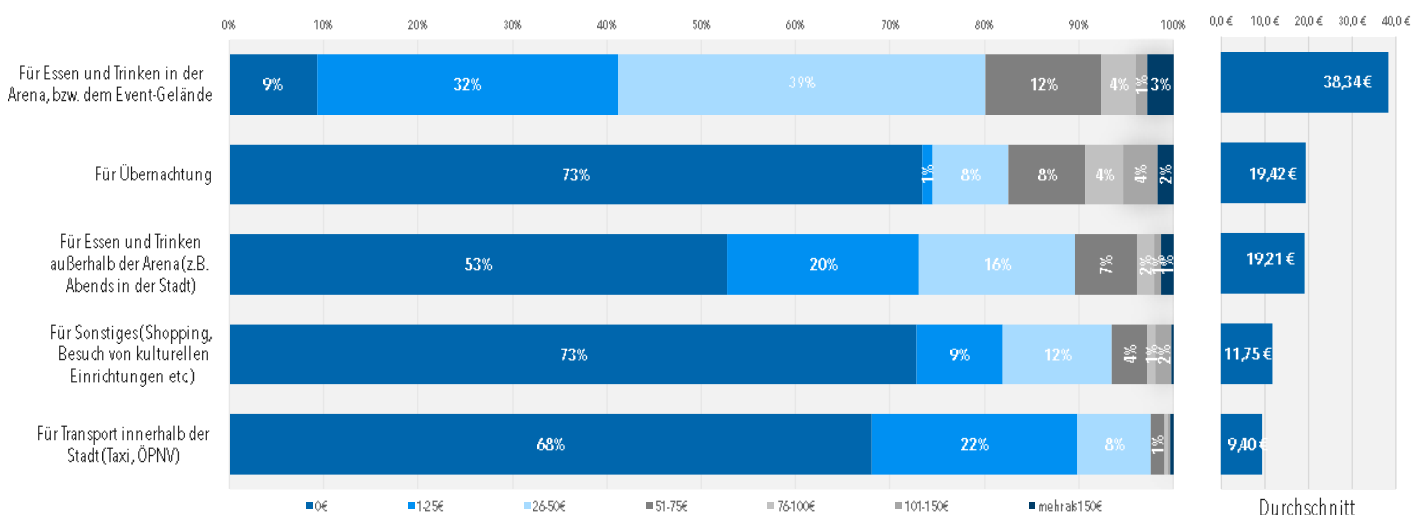
Der Beschäftigungs-Effekt resultiert aus der Ermittlung der direkten und indirekten Beschäftigungen durch den Veranstalter. Einbezogen werden die direkten Arbeitsplätze, also alle Mitarbeiter, die direkt beim Veranstalter angestellt sind. Die indirekten Beschäftigungen betreffen die Arbeitsplätze aus den vier Kernbereichen Veranstaltungstechnik, Catering/Hospitality, Security/Facility und Sonstiges.

Die ELF als Veranstalter des Championship Games schafft zwar, wie die teilnehmenden Teams auch, Arbeitsplätze, diese sind allerdings nicht direkt auf dieses letzte wichtigste Spiel der Saison zurückzuführen. Die Menschen, welche durch die ELF beschäftigt sind, arbeiten auch den Rest der Saison und darüber hinaus an verschiedensten Themen rund um die Liga, sodass dieses eine Spiel nicht über ihre Beschäftigung entscheidet. Es wird also durchaus auch ein direkter Beschäftigungseffekt durch den Veranstalter erzielt, jedoch nicht in direktem Zusammenhang mit dem ELF Championship Game und so können diesen in diesem Zusammenhang dementsprechend nicht seriös bewertet werden.

Dennoch hat das ELF-Finale auch einen Beschäftigungseffekt. Dieser in Form von indirekten Arbeitsplätzen, die durch die Aufträge, welche die ELF vergibt, geschaffen werden. Diese werden im Umsatzeffekt berücksichtigt, da durch die Umsätze zwar Stellen geschaffen werden, jedoch keine konkrete Aussage darüber getroffen werden kann, wie viele.

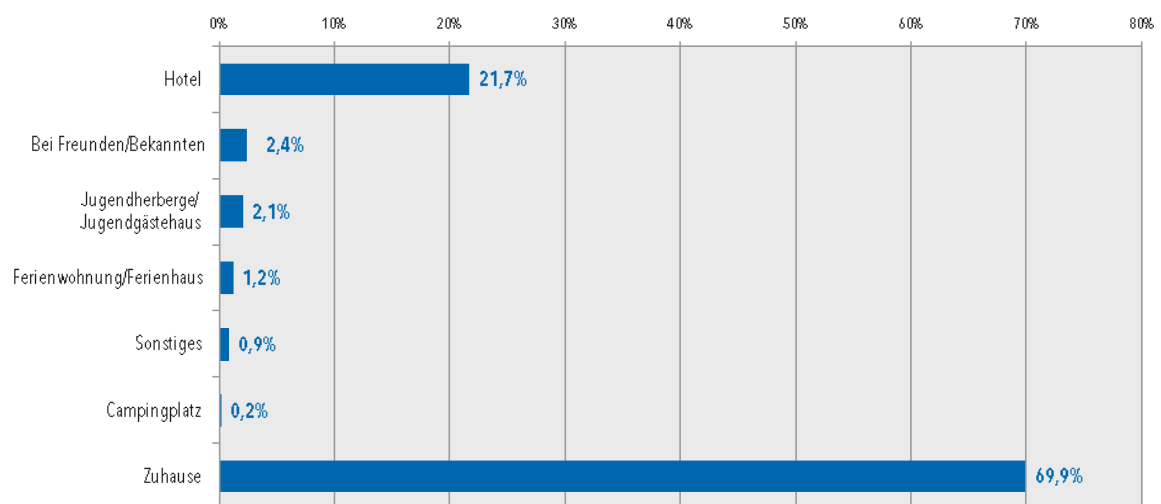
Gastronomie-Effekt (5,7 Mio. €)

Der Gastronomie-Effekt beschreibt die Mehreinnahmen, die von gastronomischen Einrichtungen durch Aktivitäten von Unternehmen, bzw. Veranstaltungen erzielt werden. Gerade im Sport ist ein Event für die Mehrheit der Besucher nicht ohne gastronomische Versorgung vorstellbar. Dabei beginnt der Konsum für viele bereits im Vorfeld des eigentlichen Events im Umfeld der Veranstaltungsstätte, zieht sich über die gesamte Veranstaltung hinweg und dauert häufig noch bis nach Ende des Events (z.B. in der innerstädtischen Gastronomie) an. Wie aus der Grafik hervorgeht, sind Essen und Trinken der Bereich, für den die Besucher des Events am meisten Geld ausgegeben haben.

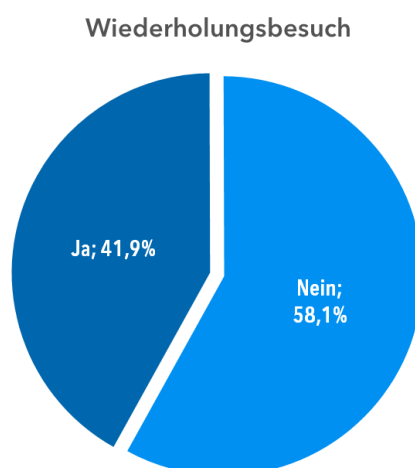


Hotellerie-Effekt (4,3 Mio.€)

Der Hotellerie-Effekt bezeichnet den Umsatz, der durch das ELF Championship Game direkt oder indirekt im Bereich der Hotellerie (Beherbergungsgewerbe) erzielt oder beeinflusst wird. Diese Hotellerie-Effekte sind ein integraler Bestandteil der umfassenden touristischen Auswirkungen, die insbesondere aus den Effekten in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Einzelhandel und Transport resultieren, die durch ein solches Event hervorgerufen werden. Ein Beispiel: Von den 31.500 Besucherinnen und Besuchern des ELF Finals 2023 gaben rund 30% an, in Duisburg und der Umgebung übernachtet zu haben. Hiervon übernachteten 2% bei Freunden oder Verwandten, sodass rund 28% bleiben, die „gewerblich“ übernachteten. Das entspricht gut 8.800 Übernachtungen.

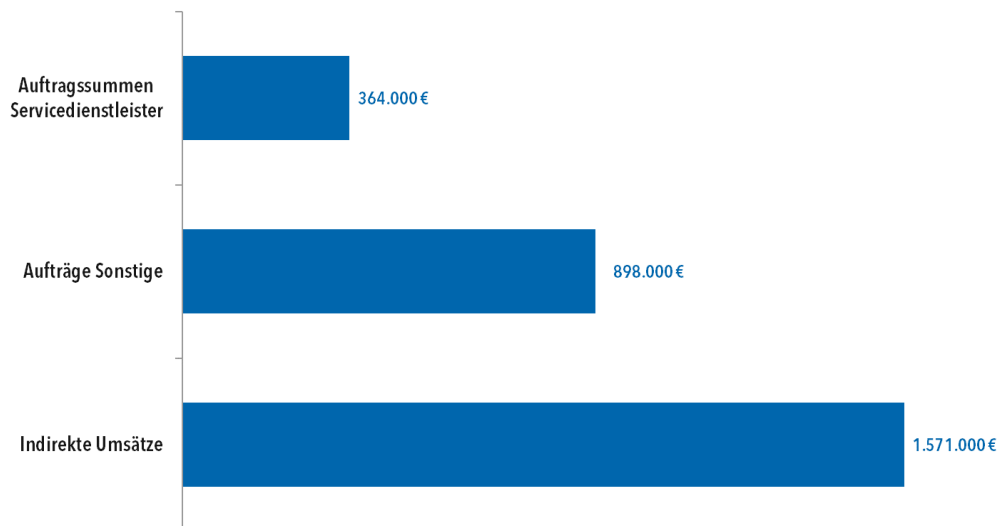


Ein wichtiger Bestandteil des Hotellerie-Effektes ist der »Wiederholungsbesuch«, den 41,9% der Besucher z.B. mit ihrer Familie planen.



Umsatz-Effekt (2,8 Mio.€)

Die Umsatz-Effekte, die durch ein Event wie das ELF-Finale entstehen, können in direkte und indirekte Umsätze unterteilt werden. Direkte Umsätze resultieren aus Aufträgen, die vom Veranstalter des ELF Finals, z.B. an Dienstleister vergeben werden. Indirekte Umsätze hingegen entstehen nicht unmittelbar durch eine Beauftragung durch den Veranstalter, sondern resultieren aus seinen Aktivitäten. Die Umsatz-Effekte sind ein wesentlicher Bestandteil der regionalen Wertschöpfung, die durch wirtschaftliche Aktivitäten im Rahmen von Sportgroßveranstaltungen wie dem ELF-Finale entstehen. Hinzu kommen noch die Ausgabe der Besucher, die nicht direkt für Übernachtung oder Gastronomie, sondern für das regionale Transportgewerbe oder im Einzelhandel ausgegeben werden. Wie bereits im Kapitel zum Beschäftigungseffekt beschrieben, wird der indirekte Beschäftigungseffekt (Auftragssummen Servicedienstleister) auch im Umsatzeffekt erfasst.



Investitions-Effekt

Die Investitionen des Veranstalters, bzw. des „Vermieters“ der Event-Location wirken sich nicht nur wirtschaftlich, sondern auch gesellschaftlich positiv auf die Region aus. Neben den wirtschaftlichen Vorteilen für lokale Unternehmen, wie die Vergabe von Aufträgen an regionale Firmen und die Schaffung von Arbeitsplätzen, sollten die Investitionen in soziale Bereiche besonders betont werden. Diese Investitionen, die sowohl von Seiten des Veranstalters oder von Seiten der Stadt und verschiedenen kommunalen Unternehmen im Rahmen des ELF Finals getätigt werden, wurden im Umsatz-Effekt erfasst. Aufgrund der vorhandenen Datenlage ist eine Abgrenzung der Summen und eine Zuordnung zu den Effekten nur sehr schwer darstellbar. Es wurde daher aus Gründen der Übersichtlichkeit und Einfachheit auf eine Trennung der beiden Effekte verzichtet.

CSR-Struktur-Effekt

CSR steht für Corporate Social Responsibility und bezieht sich auf die Verantwortung von Unternehmen, Institutionen oder Vereinen gegenüber der Gesellschaft. Dieser Bereich umfasst soziale, ökologische und ökonomische Aspekte. CSR geht über die bloße Bereitstellung positiver gesellschaftlicher Beiträge hinaus und beinhaltet auch die Reduzierung negativer Auswirkungen. Die steigende gesellschaftliche Nachfrage nach CSR und ihre zunehmende Relevanz, auch im Sportbereich sind auf Veränderungen in den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und der Wertschöpfung von Organisationen zurückzuführen. CSR-Effekte sind in der Regel nicht monetär messbar, abgesehen von den damit verbundenen Ausgaben. Sie werden in der Beziehung zwischen dem Veranstalter und den Stakeholdern der Stadt oder Region in Form von "soft facts" erfasst.

Mit diversen Aktionen während des Event-Wochenendes wurden unterschiedliche gesellschaftliche Themen adressiert. Durch die nationale, bzw. internationale/europäische Plattform, die das Event bietet, haben diese nicht nur Auswirkungen auf die lokale Gesellschaft in Duisburg, sondern auch auf eine nationale bzw. internationale Zielgruppe.

So wurde am Samstag das Wochenende gestartet mit einem Flag Football **Charity Game**, dessen Erlöse der Organisation „Viva con Agua“ zugutekamen, die damit ein Projekt in Uganda unterstützt. Außerdem wurden Freikarten von der ELF, unter anderem an ein **Kinderhospiz** und eine **Gesamtschule** vergeben. Darüber hinaus wurde von den Schülern nach einem Besuch von Patrick Esume ein Transparent erarbeitet, was vor dem Spiel im Stadion präsentiert wurde. Des Weiteren hat auch die **Bundeswehr** Freikarten erhalten, die zudem bei der Eröffnungsfeier eine tragende Rolle gespielt hat und eine positiv aufgeladene Plattform erhalten hat. Zusätzlich dazu konnte sie sich, ihre Aufgaben und Karrieremöglichkeiten auf einem Stand auf dem Eventgelände darstellen.

Hinzu kommt die Wirkung, die Sportveranstaltungen, die in einer Stadt stattfinden allgemein auf die Bevölkerung haben können. Durch Spitzensport im eigenen Stadion wird eine Vorbild-, sowie identitätsstiftende Funktion wahrgenommen. Jugendliche und Kinder werden durch große Sportereignisse und das Stadion in der Heimatstadt motiviert sich sportlich und sozial zu betätigen.

Bekanntheits- und Image-Effekt (1,04 Mio.€)

Der Bekanntheits- und Image-Effekt misst den Wert, den eine Stadt durch ein Event erhält, ohne dass sie für ähnliche Werbemaßnahmen zahlen müsste. Die Berechnung basiert auf dem Konzept der Alternativkosten.

Die Bedeutung des Bekanntheits- und Image-Effekts kann wie folgt zusammengefasst werden:

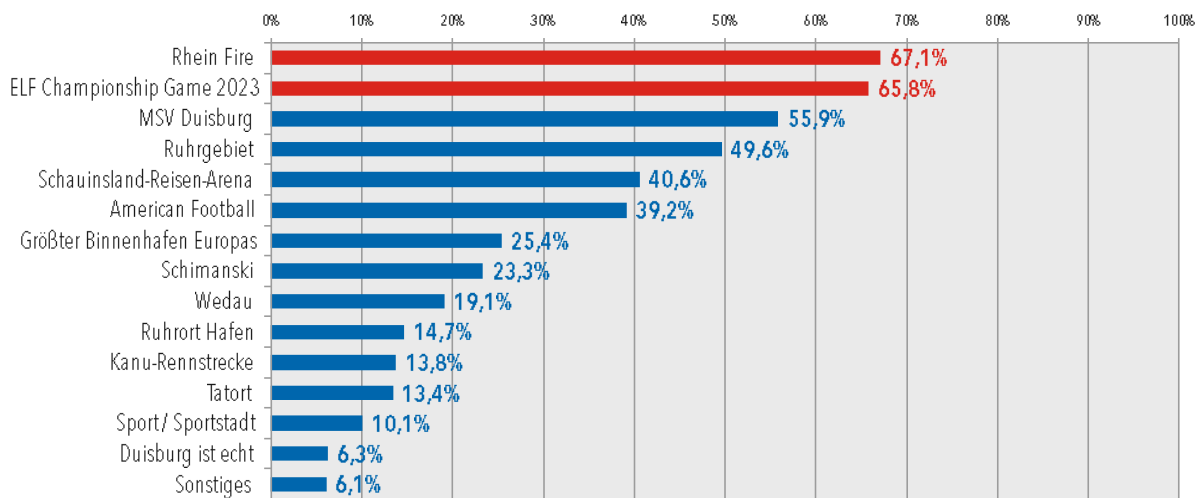
- Internationale Sportgroßevents steigern die Bekanntheit einer Stadt aufgrund ihrer medialen Präsenz.
- Die mediale Aufmerksamkeit hängt von der Bedeutung und Größe des Events ab. Daher ist es im Interesse der Stadt, Gastgeber für internationale Sportgroßevents zu sein.
- Sportevents fungieren als kostenlose Werbemaßnahme zur Steigerung der Bekanntheit der Stadt.
- Sportevents können als Vorreiter und Imageförderer dienen, insbesondere durch ihr Engagement in den Bereichen Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltigkeit.
- Die Positionierung von Events spiegelt die Positionierung der Stadt wider.

Durch das ELF-Finale 2023 hat die Stadt Duisburg Medienpräsenz im Wert von über mindestens 1 Mio. € erhalten. Hierbei wurde die Präsenz im Radio, im TV, in Printmedien und die eigenen Kanäle der ELF erfasst. Es wurden von der ELF über zwei Wochen insgesamt 9660 Sekunden Radiowerbung geschaltet. Die Live-Übertragung im TV wurde von 660.000 Zuschauern verfolgt und hatte einen Marktanteil bei den 14 bis 39-jährigen von fast 14%. Hinzu kommen noch Millionen Menschen, die über das Streaming und weitere TV Präsenz erreicht wurden. Auch über die eigenen Social-Media und Online-Kanäle der ELF konnten noch über 6 Mio. Menschen erreicht werden. Aber auch die SocialMedia Accounts der vielen Influencer, die am Flag Football Charity Game teilgenommen haben, haben hohe Kontakte gerade bei der jüngeren Zielgruppe geschaffen. Zudem konnten über die Printmedien rund 44 Mio. Menschen erreicht werden.

Aufgrund fehlender Daten konnten allerdings nicht alle Kanäle, auf denen über das ELF-Finale und somit auch die Stadt Duisburg berichtet wurde vollständig erfasst werden. So lagen beispielsweise für Online-Artikel und internationale Berichterstattung keine Daten vor. So wurde das Spiel z.B. in 16 Länder übertragen.

Es ist daher davon auszugehen, dass die tatsächliche Reichweite, und damit auch der Werbewert für die Stadt noch um einiges höher liegen wird.

Zur Ermittlung des Bekanntheits- und Image-Effektes wurden im Rahmen einer Untersuchung die Besucher des ELF Finals befragt, was sie mit der Stadt Duisburg verbinden. Die nachfolgende Grafik zeigt die Top 10-Nennungen (Mehrfachnennungen waren möglich):



Steuer-Effekt (0,02 Mio.€)

Die öffentliche Hand und damit in Teilen auch die Stadt Duisburg profitiert zusätzlich zu den bereits ausführlich analysierten und beschriebenen Effekten auch durch die im Rahmen des ELF Finals entstehenden kommunalen und nationalen Steuerzahlungen. Je nach Art der Steuer fließt ein entsprechender Anteil der Kommune zu und trägt zur Finanzierung/Deckung des Haushalts bei. Die im Rahmen dieses Gutachtens zugrunde gelegten Werte führen bei den beiden mit Abstand wichtigsten Steuerarten (Einkommenssteuer und Umsatzsteuer) unter Berücksichtigung des jeweiligen Gemeindeanteils zu den dargestellten Effekten.

Erhebungs- und Berechnungsgrundlagen

Erhebungs- und Berechnungsgrundlagen (Daten)

Die Ermittlung und Berechnung der regionalökonomischen Effekte für das ELF-Finale 2023 erfolgt:

- auf Grundlage der von der ELF und der Stadt Duisburg zur Verfügung gestellten Unterlagen
- auf Grundlage der von SLC erhobenen und ermittelten Daten sowie
- auf Grundlage von eigenen Recherchen

Erhebungs- und Berechnungsgrundlagen (Marktforschung)

Zur Unterstützung und Erklärung der quantitativen Effekte und zur Einordnung des Events in die Wahrnehmungspolitik der Stadt wurden Markt- und Meinungsforschungsdaten erhoben. Im September 2023 wurden im Rahmen einer regionalen Untersuchung während des Events Besucher des ELF Finals in Duisburg befragt. Es wurden hierbei sowohl Zuschauer aus der Region als auch internationale Gäste zu ihrer Einschätzung befragt.

Durchführung

Die Durchführung der Untersuchung von Seiten SLC Management erfolgte durch:

- Prof. Dr. Alfons Madeja, Professor für Betriebswirtschaft und Sportmanagement (Projektleiter)
- Maximilian Madeja, M. Sc. Wirt.-Inf.
- Jens Jaschinski, Diplom-Volkswirt

Darüber hinaus waren weitere 5 wissenschaftliche Mitarbeiter mit der Recherche, Datenerhebung und -analyse sowie weiteren ergänzenden Tätigkeiten im Rahmen der Untersuchung beschäftigt.

SLC Management GmbH

Laufamholzstr. 116 90482 Nürnberg, Germany |

Fon: +49 (0) 911 54 81 83 0 | Mail: info@slc-ag.com | Web: www.slc-management.com